

Maisa Hopeakunnas

Katsaus toimittajien käyttämiin lähteisiin ja tietokäyttämiseen

The journalists seem to appreciate sources that provide quick and easy access to information. They usually prefer the popular sources too. The internet has become one of the most important information sources for journalists. However, it has not replaced the other sources. It is clear that journalists use mostly interview when they seek information. The other information source types are documents and situational sources. Especially the news seem quite often to use also various bodies such as private or public organizations without a designated person as a source. In Information Studies, researchers have proposed several models of information behavior. The new, journalistic information behavior process model proposed here presents the information behavior of journalists in the journalistic process. Although it concentrates on journalist's information behavior, it includes also the public and the whole society.

Address: Maisa Hopeakunnas, maisa.hopeakunnas(at)hel.fi.

Tässä katsauksessa keskitytään toimittajien lähdekäytäntöihin sekä heidän tietokäyttämiseensä. Asiaa lähestytään tarkastelemalla aikaisempaa tutkimustietoa, eri tietokäyttämisen malleja sekä esittelemällä uusi, journalistisen informaatiokäyttämisen prosessimalli.

1. Taustaa journalistien tiedonhankinnasta

Journalistit ovat olleet melko suosittu ryhmä ammatillisen tiedonhankinnan tutkimuksessa (Haasio & Savolainen, 2004, 96-97). Informaatiotutkimuksen saralla 2000-luvulla on Suomessakin tehty useita tutkimuksia liittyen juuri toimittajien tiedonhankintaan ja tietolähteiden käyttöön. Tähän on ollut aiheittakin, koska verkko ja sosiaalinen media ovat tulleet oleellisiksi osiksi toimittajien tiedonhankintaa.

Toimittajien on todettu arvostavan tiedon nopeaa ja vaivatonta tavoitettavuutta. Suosituimmille lähdetyypeille tyypillistä on todettu olevan se, että ne ovat melko helposti toimittajien tavoitettavissa. Journalistien tiedetään arvostavan myös lähteitä, joita käytetään usein. On todettu, että yleensä niin

sanottu ”vähemmän vaivan periaate” määrittää paljolti toimittajan tiedonhankintaa.

Toimittajien tietolähteitä tutkinut Kiviranta (1990, 49) tuli siihen tulokseen, että journalistisessa työprosessissa jutut syntyvät usein vähäisimmän vaivan lain mukaan, kun kustannustoimintaa rajoittavat kaupalliset reunaehdot ja koska se on alistettu taloudelliselle tuottavuudelle. Nopea ja helppo tiedonhankinta on korostunut myös internetin aikakaudella. Aamulehden toimittajien tiedonhankintaa tutkinut Selkälä (2006, 127) totesi, että internetistä oli tullut toimittajan yksi olennainen tiedonhankintakanava. Samalla Selkälä totesi, ettei verkko ollut kuitenkaan syrjäyttänyt muita käytettyjä lähteitä, vaan että se oli tullut yhdeksi uudeksi lähteeksi muiden joukkoon.

Samansuuntaista ovat todenneet Chaudry ja Al-Sagheer (2011) Kuwaitin yliopistossa. He tutkivat paikallisten toimittajien informaatiokäyttämistä ja keskittyivät selvittämään miten tiedonhaku käynnistyy, mitä lähteitä suositaan, miten tiedonhankinta onnistuu ja erityisesti, mitkä olivat kriittisiä kohtia tai käännteitä tiedonhankinnassa. Tutkijat totesivat, että verkosta löytynyt tieto oli toimittajille hyödyllisintä tietoa jota he käyttivät eniten, vaikka toimittajat eivät pitäneetkään verkon tarjoamaa tietoa erityisen luotettavana.

Tiedonhankinta kuitenkin vaihtelee eri juttutyyppejen mukaan. Juntunen (2013) totesi Iisalmen Sanomissa toimittajien tiedonhankintaa tutkiessaan, että suurin ero feature- ja uutisjuttujen välillä liittyy aiheiden syntyyn: feature-jutuissa toimittajat itse ideoivat jutun aiheen, mutta uutiset tulevat useammin ulkoapäin.

2. Toimittajien tietolähteistä

Tiedonlähteellä (Information source) voidaan ymmärtää jotain materiaalista kantajaa, jossa tietty informaatio on tarjolla. Tiedonlähteitä voidaan luokitella monilla eri kriteereillä esimerkiksi dokumentoinnin tyyppiin, esiintymisen tai tallennemuodon mukaan. Tiedonlähde voi olla esimerkiksi formaali eli dokumentoitu lähde tai informaalinen eli dokumentoitamaton lähde. (Haasio & Savolainen, 2004, 20). Formaaleja lähteitä ovat tallenteen, esimerkiksi dokumentit, raportit ja asiakirjat sekä kirjat ja aikakausjulkaisut, ja informaaleja lähteitä ovat sen sijaan henkilö- ja tilannelähteet, esimerkiksi keskustelu ja tapaaminen tai kirjeet, sähköpostit ja keskustelulistat.

Tiedonlähteitä voi ryhmitellä myös tallennemuodon mukaan (Kirjastot ja tiedonhaku, 2002-2007). Tällöin lähteitä voidaan jakaa

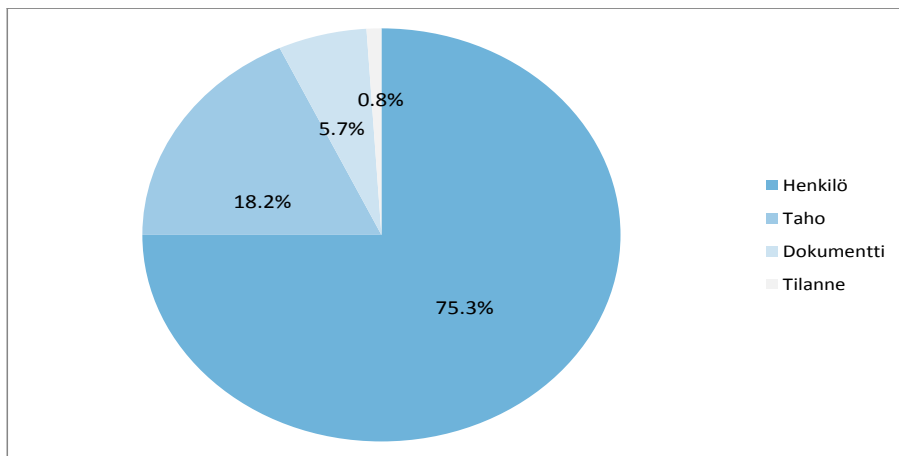
1. painettuihin lähteisiin (esimerkiksi kirjat, lehdet)
2. audiovisuaalisiin lähteisiin (esimerkiksi DVD-levyt)
3. elektronisiin lähteisiin (esimerkiksi elektroniset kirjat) ja

4. vapaamuotoisiin lähteisiin (esimerkiksi suullinen tieto)

Journalistisia tietolähteitä tutkinut Uolevi Kiviranta (1989, 56-61) on jakanut journalismin lähdetyyppit dokumentti-, tilanne- ja henkilölähteisiin. Dokumenttilähteissä materiaali on periaatteessa muuttumatonta. Dokumenttilähteitä on kirjallisia tai sähköisiä: niitä ovat muun muassa pöytäkirjat, muistiot, esityslistat ja kirjeet. Dokumenttilähteitä ovat myös muut tiedotusvälineet. Tilannelähteet ovat havainnoitavia kohteita, jotka ovat ainutkertaisia eivätkä toistu. Tällaisia lähteitä ovat esimerkiksi haastateltavan nonverbaalinen viestintä, julkiset kokoontumiset, kuten poliittisten elinten istunnot sekä urheilukisat ja onnettomuustilanteet, luonnon olot ja kulttuuriympäristön tilanteet. Henkilölähteitä, joilta tieto saadaan suullisesti, ovat virallis-, asianosais- asiantuntija- ja kansalaislähteet sekä toimittaja omana lähteenään kuten myös anonyymit lähteet.

Näiden lisäksi ainakin uutisissa on tapana käyttää lähteenä jotain ”tahoja” (mm. Korhonen, 2010 ja Hopeakunнас, 2015). Esimerkiksi talousuutisten lähdemainintojen perusteella noin 18-19 prosenttia lähteistä on tahoja: yrityksiä, järjestöjä ja muita organisaatioita, joista ei ole nimetty lähteeksi ketään henkilöä tai tiettyä dokumenttia. Käytännössä tämä tarkoittaa usein sitä, että tietolähde on joko organisaation tiedote tai organisaation verkkosivujen uutinen.

Yksi asia on toimittajien tiedonhankinnassa melko selvää: toimittajat käyttävät tiedonhan-



Kuvio 1. Tietolähteet eri lähdetyyppien mukaan YLE:n ja MTV:n tv-uutisten sekä Helsingin Sanomien talousuutisissa (N = 580) (Hopeakunнас, 2015).

kinnan tapana useimmiten haastattelua (mm. Huovila, 2005, Korhonen, 2010, Hopeakunnas 2015). Esimerkiksi suuren yleisön talousuutisten tietolähteistä noin 75 prosenttia on henkilölähteitä.

3. Journalistit ja informaatiokäyttämisen mallit

Informaatiotutkimuksen saralla on esitetty erilaisia malleja informaatiokäyttämisen mallista. Eräs informaatiotutkimuksessa laajalti tunnettu ja keskeisenä pidetty tiedonhankinnan malli on Kuhlthau (2004) prosessimalli. Prosessimalli perustuu konstruktivistiseen käsitykseen vaiheittaisesta prosessista, jonka edetessä henkilö sovitaa uuden tiedon aikaisemmin oppimiinsa käsityksiinsä. Kun henkilö saa tietoonsa jotain sellaista, joka ei sovi hänen aikaisempiin tietoihinsa, hän kokee monenlaisia tunteita. Prosessi voi johtaa siihen, että henkilö torjuu uuden tiedon, ei hyväksy sitä eikä ota sitä omiin käsityksiinsä, tai hän sisäistää asian ja oppii.

Kuhlthau malli jakaantuu kuuteen vaiheeseen: aloitukseen, aiheen valintaan, tunnusteluun, muotoiluun, informaation keruuseen ja tulosten esittämiseen. Kuhlthau mallissa myös tehtävä, käytettävissä oleva aika, kiinnostus ja tiedon saatavuus määrittävät tiedonhankintaa.

Vaikka Kuhlthau malli on niin sanottu ”yleismalli”, siitä voi löytää useita kohtia, jotka sopivat journalistisen prosessin vaiheisiin. Esimerkiksi The Timesin uutistoimittajien tiedonhankintaa tutkineiden Atfieldin ja Dowellin (2002) mukaan juttuprosessi alkaa juttuaiheen näkökulman asettamisella sekä alkuperäisyyden, totuudellisuuden ja uutisaiheellisuuden varmistamisella. Tämän jälkeen toimittaja kokoaa tietoa ymmärtääkseen jutun aiheita. Sitten toimittaja löytää tai varmistaa potentiaalisen sisällön ja alkaa koota omaa näkökulmaansa tukevaa tietoa useistakin lähteistä. Jutun näkökulma voi kuitenkin muuttua prosessissa riippuen löydetyistä tiedoista tai uutisaiheesta (uutiskynnyks). Brittitutkijoiden mukaan toimittajan tiedonhankintaan vaikuttavat jutun näkökulma, uutisaihe (uutiskynnyksen ylittäminen), havaintojen vastaavuus, jutun deadline, omintakeisuus (alkuperäisyys) ja sanamäärä.

Kuhlthau mallissa esille tulleella ajalla saattaa olla erityisen suuri merkitys toimittajan tiedonhankintaan. Kun toimittajan työstämän

uutisen deadline on saman päivän iltana, hänen täytyy tehdä tiedonhankintansa ja haastattelunsa päivän aikana niin, että hän ehtii toimittaa jutun ennen iltaa julkaisukuntoon uutislähetyskseen tai ennen lehden painoon menoa.

Ammatillisen tiedonhankinnan malleista yksi keskeisimmistä on Tom Wilsonin tiedonhankinnan ja tiedollisen käyttämisen malli. Wilson esittää mallissaan ”tiedon universumin”, jossa on neljäntyyppisiä tiedonhankinnan polkuja, joiden merkitys vaihtelee tapauksittain. Wilsonin mallin perusteella voidaan ajatella, että tiedonhankinnassa voidaan hyödyntää vaihdellen monia lähteitä ja kanavia sekä yhdistellä niitä tarpeiden mukaan (Haasio & Savolainen, 2004, 70-76). Tämä käy ilmi toimittajienkin tiedonhankinnassa: eri juttutyypin tiedonhankinta on erilaista (Juntunen, 2013). Myös yksittäisten juttujen tiedonhankinta on luonnollisesti aina erilaista ja tapauskohtaista.

Leckie, Pettigrew ja Sylvain (1996) perustavat oman ammatillisen informaatiokäyttämisen mallinsa sille oletukselle, että tiedonhankinta liittyy tietyn roolin ja siihen liittyvien tavoitteiden toteuttamiseen. Mallissa oletetaan, että tietyt ammattikuntien edustajat toteuttavat tiettyä roolia, jota heiltä odotetaan. Kun tällaisten roolien ja niihin liittyvien tavoitteiden perusteella lähdetään hankkimaan tietoa, informaatiokäyttämiseen vaikuttaa monia tekijöitä, kuten saatavilla olevat tietolähteet, yksittäisen tiedonhankkijan piirteet ja hänen ympäristönsä. Tässä mallissa edetään työroolista tehtäviin, tiedontarpeen luonteeseen ja lopulta tiedonhankinnan kautta tuloksiin.

Kun toimittajien tietokäyttämistä peilaa Leckien, Pettigrew'n ja Sylvainin ammatillisen tietokäyttämisen malliin, voi huomata, että journalistin roolilla ja siihen liittyvien tavoitteiden voi olla vaikutusta heidän tietokäyttämiseensä. Toimittajat ehkä toteuttavat journalistin rooliaan haastatteleamalla ihmisiä eli käyttämällä tietolähteenä henkilöitä. Esimerkiksi tv-uutiset voisi olla katsojalle paljon tylsempi ohjelma, jos haastattelujen sijasta uutisankkuri vain luettelisi tiedonhaun tuloksia. Kun toimittaja lähtee hankkimaan tietoa journalistin roolin ja siihen liittyvien tavoitteiden perusteella, toimittajan informaatiokäyttämiseen vaikuttanee siis esimerkiksi se, että journalisteilla on kulttuurisena tapana hankkia tietonsa haastatteleamalla.

Myös journalistiikan saralla on pohdittu toimittajan tiedonhankintaa. Esimerkiksi Kuutti (2008, 48) on esittänyt journalistisen prosessin

mallia, jossa tiedonhankinta on yksi osa. Kuutin mukaan journalistinen prosessi alkaa aiheen valinnalla, minkä jälkeen siirrytään tiedonhankintaan. Tiedonhankintaan voivat vaikuttaa tässä vaiheessa esimerkiksi eri organisaatiot ja ”vuotajat”. Prosessi etenee Kuutin mukaan vaiheittain julkaisuun ja lopulta palautteeseen ja vaikutuksiin.

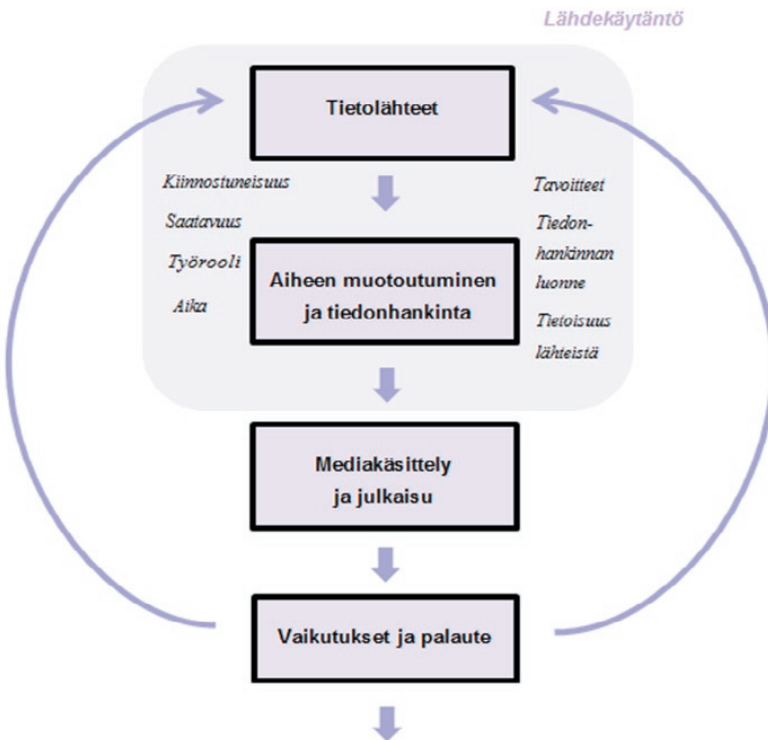
4. Journalistisen informaatiokäyttämisen prosessimalli

Journalistisen informaatiokäyttämisen prosessimalli (Hopeakunnas, 2015) perustuu olettamukselle, että kaikki journalististen juttujen ja uutisten aiheet tulevat toimittajan ajatusmaailman ja toimitusten ulkopuolelta eli tietolähteistä, jotka ovat henkilöitä, tahoja (organisaatioita), dokumentteja tai tilanteita (tilannelähde): toimittajat eivät voi keksiä uutisaiheita ”omasta päästään” vaan ne perustuvat aina ulkopuoliseen tietoon eli alkuperäisen (ja/tai sekundaarin)

tietolähteen tietoon, johon myös yleensä viitataan uutisessa. Prosessi etenee uutisaiheen löytymisestä aiheen muodostumiseen ja siihen liittyvään varsinaiseen tiedonhankintaan, mediakäsittelyyn ja julkaisuun sekä vaikutuksiin ja palautteeseen. Prosessi voi myös käynnistyä uudelleen.

Tässä mallissa oleellista on huomata myös, että vaikka malli kuvaa pääosin journalistien informaatiokäyttämistä (yksilö), siihen liittyvät myös toimittajan edustama media (toimitus) sekä yleisö (yksityiset ihmiset sekä organisaatiot) ja koko yhteiskunta.

Median rooli on riippuvainen eri medioiden ja toimitusten toimituskäytännöistä, sisäisistä kulttuureista ja toisten medioiden sisältöjen jakamisesta. Yleisön eli ihmisten ja tätä kautta myös yhteiskunnan ja erilaisten toimijoiden (organisaatioiden) rooli on tässä mallissa toimia uuden tiedon tuottajina eli median tietolähteinä sekä mediaan vaikuttajina, median vaikutusten kohteina, palautteen antajana ja median vaikutusten toimeenpanijana.



Kuvio 2. Journalistisen informaatiokäyttämisen malli (Hopeakunnas, 2015).

4.1 Tietolähteet

Toimittaja törmää jonkinlaiseen tietoon joko töissä tai vapaa-ajallaan. Tieto voi tulla esimerkiksi uutistoimistolta ostetusta uutissyötteestä, toimitukseen tullessa uutisvinkissä, jonkin organisaation verkkosivuilta, toisesta mediasta, toimittajan yksityiselämässä kuten raitiovaunussa toimittajan kuullessa keskustelun tai vaikkapa sosiaalisesta mediasta. Toimittajalle lähetetään tietoa myös suoraan, jolloin tietolähde on esimerkiksi toimitukseen tullut mediatiedote tai suora yhteydenotto sähköpostitse tai puhelimitse. Joskus jokin tilanne, kuten luonnonmullistus, onnettomuus, mielenosoitus tai Eduskunnassa käyty keskustelu muodostaa tilannelähteen. Tästä ensimmäisestä tiedosta lähtee kehittymään jutun tai uutisen aihe.

4.2 Aiheen muotoutuminen ja tiedonhankinta

Tämän jälkeen toimittaja alkaa hahmotella ja muodostaa uutisaiheen näkökulmaa ja alkaa varsinaisesti hankkia siihen tietoa tai lisätietoa erilaisista tietolähteistä, kuten haastatteleamalla, etsimällä tietoa verkosta tai tutkimalla muita dokumenttilähtietä, kuten uutisarkistoja, tutkimustuloksia tai tietokantoja.

Tietolähteet voidaan jakaa esimerkiksi talousuutisten lähdekäytäntöjen tutkimusten (Korhonen, 2010 ja Hopeakunnas, 2015) perusteella seuraavasti:

1. henkilölähteet: haastatellut ihmiset (suurin osa lähteistä)
2. taholähteet: organisaatiot kuten yritykset, julkisorganisaatiot ja järjestöt
3. dokumenttilähteet: tutkimukset, kirjallisuus, arkistot
4. tilannelähteet: tilanteet, joista toimittaja raportoi (harvinaisempia)

Tiedonhankintaan vaikuttavat hyvin moninaiset tekijät, kuten Leckien ja Pettigrewn mallissa esille tulleet seikat:

- työrooli: mitä toimittajalta odotetaan, esimerkiksi haastattelua, oikeakielisyyttä tai ”skuuppia”

- tavoitteet: esimerkiksi ”tehdä uutinen”, kiinnostava ja/tai skandaalinkäryinen juttu, herättää keskustelua tai korjata yhteiskunnallinen epäkohta

- tiedonhankinnan luonne: esimerkiksi vakava tai kevyt aihe, luotettavan tiedon hankinta, ammatillinen tai journalistinen tiedonhankinta

- tietoisuus lähteistä: toimittajan henkilökohtainen informaatiokompetenssi tiedonhankintataidot, toimituksen resurssit tiedonhankintaan, eri tietolähteiden tyyppien tiedostaminen ja hakutaidot.

Toimittajan tiedonhankintaan vaikuttavat myös Kuhlthaun mallissa esille tulleet tekijät: miten paljon aikaa hänellä on käytettävissään, miten tieto on saatavissa ja kuinka paljon uutisaihe kiinnostaa häntä henkilökohtaisesti.

Käytännössä journalistin työssä aikarajoite on esimerkiksi sellainen, että aamulla löydetyn uutisaiheen tiedonhankinta on tehtävä iltapäivään mennessä, jotta juttu valmistuu esimerkiksi kello kuudelta lähetettävään uutislähetykseen: tällöin uutisen tiedonhaku, haastattelut ja jutun leikkaus on saatava valmiiksi ennen uutislähetystä. Saatavuutta rajoittaa myös se, sattuko tarvittava tietolähde esimerkiksi olemaan tavoitettavissa käytettävissä olevassa ajassa tai onko toimitukseen esimerkiksi ostettu jokin maksullinen tietokanta. Henkilökohtainen kiinnostus on pohja sille, millaisia lähteitä ja aiheita toimittajaa kiinnostaa selailta ja seurata. Kiinnostus todennäköisesti vaikuttaa myös toimittajan innostukseen ja hänen panostukseensa sekä motivaatioonsa tiedonhankinnassa.

Toisinaan lisätiedonhankintaa ei tehdä enää prosessin 2. vaiheessa aiheenmuodostumisen jälkeen. Näin käy esimerkiksi silloin, kun suoraan toimitukseen tulleen mediatiedotteen pohjalta tehdään uutinen: esimerkiksi lyhyet, sähköuutisen tyyppiset uutiset ovat monesti tällaisia uutisia. Tällöin toimittajan työ on lähinnä tiedotteen uudelleen muotoilua ja uutinen muodostuu pelkästään tai pääosin tiedotteen tietosisällöstä.

4.3. Mediakäsittely ja julkaisu

Kun tiedonhankinta on valmistunut haastateluineen, dokumenttien hakuineen ja muine tarvittavine toimineen, alkaa jutun varsinainen tekeminen. Toimittaja koostaa uutisen kaiken saamansa tiedon perusteella ja kirjoittaa uutisen tai tekee tv-jutun leikkauksineen ja spikkauksineen.

Varsinainen uutisen eteneminen median sisällä riippuu paljon mediasta, paikallisista toimituskäytännöistä ja uutisen ”uutisarvosta”

eli sen merkittävydestä ja mittakaavasta. Juttu lisätään esimerkiksi lehden julkaisujärjestelmään, josta esimerkiksi toimittaja itse, toinen toimittaja tai toimitus- tai uutispäällikkö editoi jutun ja julkaisee sen valituissa kanavissa, joita voivat olla esimerkiksi verkkolehti, printtilehti, radio- tai tv-lähetys ja eri sosiaalisen median kanavat.

4.4. Vaikutukset ja palaute

Kun median oma käsittely on valmis ja uutinen on julkaistu, alkaa ”yleisön käsittely”.

Uutista luetaan ja katsotaan ja siihen reagoidaan yleisössä. Se vaikuttaa yleisön ajatuksiin enemmän tai vähemmän, siitä keskustellaan kodeissa ja työpaikoilla, sitä jaetaan sosiaalisessa mediassa ja sitä kommentoidaan esimerkiksi uutisen verkkokommentoinnissa tai jopa laittamalla palautetta suoraan toimittajalle. Mediatutkimuksen agenda setting -teorian pohjalta onkin todettu, että media vaikuttaa siihen, mitä yleisö ajattelee ja mistä asioista yleisöllä on ylipäättään mielipiteitä.

Uutiseen saatetaan reagoida myös muissa medioissa esimerkiksi tekemällä aiheesta uutinen omaan mediaan alkuperäisen jutun perusteella. Tällaisesta toisen median uutisen jakamisen yhteydessä puhutaan uutisen kierrättämisestä, joka on erityisesti verkkouutisten aikana muodostunut jopa tavaksi.

Vaikutukset voivat olla joskus jopa laajempiakin: esimerkiksi jokin median esille nostama epäkohta voi johtaa esimerkiksi lain, asetuksen tai säännön muuttamiseen tai vaikkapa jonkin henkilön eroon virasta tai toimesta.

4.5. Uusi kierros

Lyhyen elämänkaaren uutinen jää julkaisun jälkeen unohduksiin. Jotkut uutiset saavat kuitenkin pidemmän elämänkaaren, jolloin alkuperäisen tietolähteen tuottama tieto voi aloittaa uuden prosessin uusine tietoineen ja uutisineen.

Uutinen voi alkaa elää niin, että esimerkiksi jokin toinen taho tai uutisen kohde ottaa kantaa kyseiseen asiaan ja alkuperäiseen uutiseen tehdään ”vastauutinen”, jossa alkuperäisen jutun kohde tai toinen osapuoli kertoo asiaan oman, vastakkaisen näkemyksensä. Tällainen uutisen ketjutus voi tarkoittaa joskus useitakin uutisia samasta aiheesta eri näkökulmista. Jotkin aiheet elävät uutismedioissa parhaimmillaan jopa

useiden viikkojen ajan, kun asiaan palataan uuden näkökulman kanssa tai uusien tietojen löytyessä.

Toisinaan alkuperäisen tiedontuottajan tieto voi aloittaa myös uuden tiedon luomisen ketjun toisaalla: esimerkiksi jokin alkuperäisessä uutisessa välitetty tutkimustulos aiheuttaa tutkimusaiheen toisella tutkimusalalla.

Näin journalistisen tiedonhankinnan malli joko päättyy kyseisen aiheen osalta tai alkaa taas alusta uudelleen uusine näkökulmineen tai jatkokehitettyine aiheineen.

4.6. Lähdekäytäntö

Journalistisen informaatiokäyttämisen mallissa on esitetty myös lähdekäytäntö (värjätty alue kuviossa 2.).

Journalistinen lähdekäytäntö muodostuu kaikista niistä päätöksistä ja toimista, joita toimittaja ja toimitukset tekevät journalistisen tiedonhankinnan prosessin kahdessa ensimmäisessä vaiheessa. Näitä käytäntöjä ovat muun muassa kaikenlaiset tiedonhankintapäätökset ja -tavat sekä erilaisten lähteiden ja niiden ominaisuuksien punnitseminen, valinta (lähdekritiikki) ja käyttö. Lisäksi se sisältää tiedostamattoman puolen kaikista tiedonhankinnan eri tekijöistä.

Lähdekäytäntöön vaikuttavat hyvin monenlaiset tiedonhankintaan vaikuttavat tekijät, joita on esitelty 1. ja 2. kohdassa.

Kun journalistisen informaatiokäyttämisen mallin etenemistä seurataan alusta prosessin loppuun, voidaan mediatutkimuksessa käytetyn agenda setting -teorian pohjalta todeta, että lähdekäytännöllä ja tiedonhankintaprosessissa käytetyillä tietolähteillä on agendavaikutusta.

5. Lopuksi

Tietokäyttämisen yleismallit sekä ammatilliset mallit esittävät monia näkökulmia sekä yksityisen ihmisen että eri ammattialojen edustajien tiedonhankintaan: näitä malleja voi peilata myös osittain toimittajien tiedonhankintaan.

Koska journalistinen prosessi on toimittajan työn kannalta oleellinen työprosessi ja jutun syntymisprosessi, jonka eri tekijät vaikuttavat monin tavoin myös toimittajan tietokäyttämiseen, on aiheellista havainnollistaa toimittajien informaatiokäyttämistä tarkastelemalla

sekä journalistista prosessia että sen sisältämää tietokäyttäytymistä samassa kaaviossa. Koska journalismi ja erityisesti uutisjournalismi ovat joukkoviestintää (viestintää massoille), on journalistisen informaatiokäyttäjytymisen prosessimallin etuna myös se, että se havainnollistaa myös eri vaihtojen lisäksi myös vaikutuksia.

Aikaisemmissa ammatillisista tietokäyttäjytymisen malleissa ei ole voitu ottaa huomioon journalistisen informaatiokäyttäjytymisen prosessimallin tavoin koko toimitusprosessia ja näin ollen malleista on jäänyt uupumaan osa ehkä oleellisiakin huomioita toimittajien tietokäyttäjytymisestä. Koska journalistisen informaatiokäyttäjytymisen prosessimallissa on esitelty vaikutuksia ja tiedon kiertoa muutoinkin kuin toimittajien kohdalla, se voi nostaa esille journalistisen työn vaikutuksia yksilötason lisäksi myös yhteiskunnallisella tasolla.

Prosessimalli koskee nimenomaan journalistisen prosessiin liittyvää informaatiokäyttäjytymistä ja siksi sitä tuskin voidaan soveltaa laajemmin muiden ammattialojen informaatiokäyttäjytymiseen. Koska journalismia voidaan edelleenkin pitää yhtenä ”vallan vaihtokoirista” ja näin ollen myös yhtenä demokraattisen ja avoimen valtion sekä sananvapauden peruspilareista, oli kuitenkin perusteltua esittää journalistiselle informaatio-käyttäjytymiselle omaa mallia.

Toinen varteenotettava syy uuden mallin esittämiseksi on se, että informaatiokäyttäjytymisen näkökulmasta katsottuna toimittajien ja toimitusten toiminnasta löytyy kehitettävää. Kehitettävää puolta voisivat olla journalistien informaatiokompetenssi ja tiedonhankintataidot: näihin journalistit eivät välttämättä ole saaneet erityisen syvää koulutusta, kiinnittäneet erityistä huomiota tai olleet ylipäättään niiden kehittämistä erityisen kiinnostuneita.

Kun luotettavina pidetyt uutiset ja mediat välittävät kansalaisille uutisia ja erilaista tietoa, yleisö todennäköisesti pitää myös niiden tietosisältöjä luotettavina, mahdollisesti hyväksyy saamansa tiedon ja pitää sitä jopa totena. Tämä voi vaikuttaa esimerkiksi heidän mielipiteisiinsä sekä vaikkapa äänestyskäyttäjytymiseen.

Kun uutisen tai jutun alkuperäisellä tietolähteellä näyttäisi olevan agendavaikutusta (Hopeakunnas, 2015), tarve toimittajien informaatiokompetenssin kehittämiseksi, heidän jutuntekovaikkeen kriittiselle tietolähteiden ja

tiedon puntaroimiselle sekä myös yleisön kriittiselle mediakasvatukselle on suurta tarvetta.

Lähteet:

- Attfeld, Simon & Dowell, John. 2002. Information seeking and use by newspaper journalists. Department of Computer Science, University College, London.
- Case, Donald. 2012. Looking for information. A survey of research on information needs, seeking, and behavior. Emerald Group Publishing Limited.
- Chaudry, Abdus Shattar & Al-Sagheer, Luluwa. 2011. Information Behavior of Journalists. Analysis of Critical Incidents of Information Finding and Use. Asia-Pacific Conference Library & Information Education & Practice, 2011. Luettavissa: http://eprints.uitm.edu.my/3957/1/SP_IBO11_35.pdf
- Haasio, Ari & Savolainen, Reijo. 2004. Tiedonhankintatutkimuksen perusteet. BTJ Kirjastopalvelu Oy, Helsinki.
- Hopeakunnas, Maisa. 2015. Kenen taloustietoa ja -näkömyksiä uutiset välittävät? – Suuren yleisön talousuutisten lähdekäytäntö. Pro gradu -tutkimus. Informaatiotieteiden yksikkö, Tampereen yliopisto.
- Howes, Johnson, Sweetser & Weaver. 2009. An examination of the role of online social media in journalists' source mix. Department of Advertising & Public Relations, Grady College, The University of Georgia, USA.
- Juntunen, Katja. 2013. Toimittajan tiedonhankinta Iisalmen sanomissa. Pro gradu -tutkimus. Informaatiotieteiden yksikkö, Tampereen yliopisto.
- Kirjastot ja tiedonhaku 2002-2007. Avoin yliopisto. Luettavissa: http://www.avoinyliopisto.fi/File/5f6bfdcc-ef8b-4e10-87b3-c135eb9d81ab/Kirjastot_ja_tiedonhaku_Kirjastot.pdf
- Kiviranta, Uolevi. 1989. Journalistit lähteitä ammentamassa. Tiedotustutkimus 1/1989, s. 56–61.
- Korhonen, Maisa. 2010. Ketkä luovat suomalaisen talouskeskustelun agendan - Tärkeimpien suomalaisten talousmedioiden lähdekäytäntö. Opinnäytetyö, viestinnän linja, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Helsinki.
- Korhonen, Maisa. 2012. Ketkä luovat suomalaisen talouskeskustelun agendan - Tärkeimpien

suomalaisten talousmedioiden lähdekäytäntö.
Artikkeli. Informaatiotutkimus-lehti, Vol. 31,
Nro 3 2012.

Kuutti, Heikki. 2006. Uusi mediasanasto. Atena,
Jyväskylä.

Kuutti, Heikki. 2008. Mediakierre. Selviytyminen
kielteisessä julkisuudessa. Infor, Helsinki.

World Press Freedom Index 2015. Reporters
Without Borders. Luettavissa osoitteessa: <https://index.rsf.org/#/>